



МАТЕРІАЛИ

*Міжнародної науково-практичної конференції
здобувачів вищої освіти*

ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ ТА ВИКЛИКИ СУЧАСНОГО МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ЗМІН ТА ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ

*(з нагоди відзначення 35-річчя кафедри маркетингу ЛТЕУ
та вшанування пам'яті її засновника проф. С. В. Скибінського)*

10 квітня 2025 року

м. Львів

УДК 330.341.1:339.138:004(063)

I-66

Поширення і тиражування без офіційного дозволу

Львівського торговельно-економічного університету заборонено

I-66 Інноваційні стратегії та виклики сучасного маркетингу в умовах глобальних технологічних змін та цифровізації економічних процесів: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти (10 березня 2025 р.) / за ред. Б. Семака, Н. Басій, О. Вовчанської. Львів : ЛТЕУ, 2025. – 320 с.

ISBN 978-617-602-384-5

Рекомендовано до друку Вченою радою Львівського торговельно-економічного університету. Протокол № 10 від 10 квітня 2025 р.

Видання містить тези доповідей, представлених на Міжнародній науково-практичній конференції «Інноваційні стратегії та виклики сучасного маркетингу в умовах глобальних технологічних змін та цифровізації економічних процесів», висвітлено результати наукових досліджень, проведених науково-педагогічними працівниками, науковими співробітниками, професіоналами-практиками та здобувачами вищої освіти.

Для наукових, науково-педагогічних працівників, здобувачів освіти закладів вищої освіти, практичних працівників та широкого читацького загалу. Тези друкуються в авторській редакції. Відповідальність за достовірність інформації, поданої в рукописах, несуть автори.

УДК 330.341.1:339.138:004(063)

© Колектив авторів, 2025

ISBN 978-617-602-384-5

© Видавництво ЛТЕУ, 2025

Ісадченко Т. В. ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ МОРСЬКОЇ ГАЛУЗІ	177
Кенда Т. ВПЛИВ МАРКЕТИНГУ НА ФОРМУВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	178
Котюк О. НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ЗОВНІШНЬОТОРГІВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	180
Майстренко Д. В. ВИКОРИСТАННЯ КОНЦЕПЦІЇ СПІРАЛЬНОЇ ДИНАМІКИ ДЛЯ РОЗРОБКИ ЦИФРОВИХ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ	182
Мельник Р. В. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ ВИХОДУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА МІЖНАРОДНИЙ РИНОК	183
Мір Санжарі А. М. БРЕНДИНГ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ: ДОСВІД ПРОВІДНИХ СВІТОВИХ КОМПАНІЙ	185
Самброс Л. О. ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ КРИЗИ	187
Сарахман Т. А. РОЛЬ МАРКЕТИНГУ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ МОРСЬКОГО ТРАНСПОРТУ	189
Сливчук О. І. КУЛЬТУРНІ АСПЕКТИ МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ	191
Цішкевич О. МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ ТРУДОВОЇ МІГРАЦІЇ МІЖ КРАЇНАМИ	192
Черкасова В. С. ПРИНЦИП ВІДПОВІДАЛЬНОГО СПОЖИВАННЯ В МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЯХ ВІТЧИЗНЯНИХ БРЕНДІВ	194
Шабля П. А. СУЧАСНИЙ ФОРМАТ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ В УКРАЇНІ	195
СЕКЦІЯ 5. ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ ПРОМИСЛОВОГО, АГРАРНОГО, ТОРГОВЕЛЬНОГО, ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОГО, ТУРИС- ТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ТА ЦИФРОВІЗАЦІЇ	197
Андрейків В. Д. КЛАСИФІКАЦІЯ ЯКОСТІ КУЛІНАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ У РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ	197
Атаманенко О. ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ	199
Баїшев М. І. МІЖНАРОДНИЙ ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ	201
Барбадин М. В. СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ	202
Бац Т. В. ВИКОРИСТАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ДАНИХ В ПРОЦЕСІ АНТИКРИЗОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ	204

4. Прохорова В., Божанова О., Дуднєва Ю. Конвергентно-когнітивні основи інноваційного розвитку промислових підприємств. *Електронне наукове фахове видання «Адаптивне управління: теорія і практика» Серія «Економіка»*. Випуск 10 (20), 2021. [https://doi.org/10.33296/2707-0654-10\(20\)-07](https://doi.org/10.33296/2707-0654-10(20)-07).

**Баїшев М. І., бакалавр,
Спеціальність 075 Маркетинг,
ОП «Інтернет-Маркетинг»,
Науковий керівник: Трайно В. М., к.е.н.
Полтавський університет економіки і торгівлі**

МІЖНАРОДНИЙ ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

Цифровізація є невід'ємною складовою та ключовим фактором розвитку сучасного міжнародного туристичного бізнесу. Використання цифрових технологій сприяє автоматизації процесів, підвищенню ефективності управління та розширенню ринків збуту туристичних послуг.

«Цифрова трансформація – не просто тренд, а необхідність для туризму та культури. Близько 95% туристів використовують цифрові технології: читають відгуки, переглядають фото, відео та віртуальні тури. Лише 5% не залучені через відсутність інтернету», – зазначила Олена Чернега, лідерка віртуального туризму, докторка філософії, експертка з туризму та практикниня з формування туристичного продукту та цифрового туристично-культурного продукту, репутації та брендингу території та співзасновниця ГО «Цифровізації туризму та культури» [1].

Цифрові технології є засобом збільшення популярності туристичного сектора. Інноваційні цифрові рішення, такі як онлайн-бронювання, віртуальні тури, штучний інтелект та великі дані, сприяють зростанню інтересу до туристичних напрямків. Вони покращують клієнтський досвід, надають персоналізовані рекомендації та підвищують доступність туристичних продуктів.

Важливість цифровізації культури та туризму полягає у тому, що цифрові технології зберігають культурну спадщину, роблять туризм доступнішим і допомагають залучати туристів. Віртуальні тури, 3D-моделі та штучний інтелект сприяють розвитку галузі, підвищують якість сервісу та інтегрують культурні об'єкти у світовий цифровий простір.

Цифровізація відкриває можливість подорожувати віртуально, навіть за умов криз, таких як пандемія COVID-19 чи війна, які обмежують фізичні мандрівки. Завдяки віртуальним турам, 3D-скануванню пам'яток та інтерактивним платформам, люди можуть досліджувати культурні та природні об'єкти, не виходячи з дому. Це не лише підтримує інтерес до туризму, а й допомагає країнам зберігати культурну спадщину та популяризувати свої туристичні локації.

Отже, головні тенденції цифровізації у міжнародному туризмі:

1. Віртуальний туризм – онлайн-екскурсії та 3D-моделі пам'яток дозволяють досліджувати культурну спадщину дистанційно.
2. Оцифрування культурних об'єктів – 3D-сканування допомагає зберегти та відновлювати історичні місця.
3. Глобальна конкурентоспроможність – цифрові технології просувають туристичні локації на міжнародному ринку.
4. Персоналізація сервісів – штучний інтелект та інтерактивні рішення покращують досвід туристів.
5. Інноваційні технології – AR/VR та AI відкривають нові формати подорожей та залучення туристів [1-4].

Але, міжнародний туристичний бізнес в умовах цифровізації має і певні проблеми. Високі витрати ускладнюють трансформацію для малого й середнього бізнесу, бракує фахівців, а кібербезпека залишається загрозою через ризики витоку даних. Додаткові бар'єри – нерівномірний доступ до інтернету та необхідність постійного оновлення знань і ресурсів.

Отже, цифровізація є важливою для розвитку міжнародного туризму, але для її успішного впровадження потрібні сучасні знання, фінансування та досвідчені фахівці. Нові технології покращують управління, роблять послуги зручнішими та допомагають туристичному бізнесу розвиватися у світі.

Список використаних джерел

1. Оцифрування туризму та культури від лідерки віртуального туризму. URL: <https://loda.gov.ua/news/100337> (дата звернення: 30.03.2025).
2. Виклики цифрової ери: як Україна адаптується до змін у сфері туризму. URL: <https://vechirniy.kyiv.ua/news/103550/> (дата звернення: 30.03.2025).
3. Цифровізація сфери туризму як актуальний тренд сучасності. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/myronov91.htm (дата звернення: 30.03.2025).
4. Вплив цифровізації туристичної інфраструктури на розвиток регіонального туризму. URL: <https://mdes.khmnmu.edu.ua/index.php/mdes/article/download/158/138/357> (дата звернення: 30.03.2025).

*Барбадин М. В., бакалавр,
Спеціальність 073 Менеджмент,
ОПП «Менеджмент»,
Науковий керівник: Фединець Н. І., к.е.н., доц.
Львівський торговельно-економічний університет*

СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Антикризове управління є невід'ємною складовою сучасного менеджменту, особливо в умовах швидко змінюваного економічного середовища, глобалізаційних процесів та технологічних трансформацій. Важливість ефективного антикризового управління стає особливо очевидною, коли організації зіштовхуються з раптовими економічними потрясіннями, фінансовими труднощами або іншими критичними ситуаціями, що загрожують їхньому виживанню та розвитку. В умовах постійного розвитку технологій виникає необхідність застосування новітніх інструментів і методів для оперативного реагування на кризові явища. Сучасні технології менеджменту, такі як аналіз великих даних, штучний інтелект, автоматизація процесів та інші інновації, відкривають нові можливості для ефективного управління кризовими ситуаціями [1]. У цьому контексті тема антикризового управління на основі сучасних технологій менеджменту стає надзвичайно актуальною для науковців та практиків, що шукають оптимальні стратегії реагування на кризові виклики.

Військова агресія проти України негативно позначилася на діяльності вітчизняних підприємств, посилюючи численні кризові явища такі як:

1. Фінансова нестабільність. Війна зазвичай призводить до інфляції, девальвації національної валюти, зростання процентних ставок та інших економічних труднощів. Це ускладнює доступ до фінансування, збільшує витрати на виробництво та знижує доходи підприємств.